

УДК 37.091.212

ББК 74.480.43

ОСОБЕННОСТИ ПОКОЛЕНИЯ «ИГРЕК» КАК СТУДЕНТОВ

Тихомирова А.М.,

кандидат философских наук,

доцент кафедры прикладной социологии

Уральский государственный экономический университет

г. Екатеринбург, Россия

e-mail: aniatix@yandex.ru

Тихомирова М. Н.,

доцент кафедры акмеологии и философии

Уральский государственный педагогический университет

г. Екатеринбург, Россия

FEATURES OF GENERATION "Y" AS STUDENTS

Tikhomirova, A.

Ph.D., Associate Professor, Department

of Applied Sociology

Ural State University of Economics

Ekaterinburg, Russia

e-mail: aniatix@yandex.ru

Tikhomirova M. N.,

Associate Professor of Akmeology and Philosophy

Ural State Pedagogical of University

Ekaterinburg, Russia

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается понятие «поколение», характеризуются основные поколения российского общества, их ценности, особенности поведения. Основное внимание уделено поколению «у». Особенности форм и методов профессионального обучения этого поколения в Вузах и учебных центрах крупных российских компаний.

ABSTRACT

The article considers the concept "generation", the main generations of the Russian society, their value, features of behavior. The main attention is paid to generation "y", forms and methods of professional training of this generation in higher education institutions and training centers of large Russian companies.

Ключевые слова: поколение, ценности, поколение «у», профессиональное обучение, формы и методы обучения.

Keywords: generation, values, generation "y", professional training, forms and training methods.

Сегодня часто можно услышать о поколениях «икс» и «игрек». Вечная проблема отношений «отцов» и детей, их недовольства друг-другом, конфликтов между ними, неоднократно упоминались в русской классической литературе. В современной социологии эта социальная проблема осмысливается в теории поколений. Данная теория создана в 1991 году двумя американскими учеными: демографом Нейлом Хоувом и историком Вильямом Штрауссом. Они утверждали, что каждые 20 лет в современном обществе появляется новое поколение, отличающееся своими ценностями и поведением. Для традиционного общества, в котором каждое изменение протекает очень медленно, поколенческое деление незначимо. С развитием цивилизации дистанция в поведении и психической структуре между детьми и взрослыми возрастает. Формирование поколений связано с тем, что на социализацию детей влияет не только семейное воспитание, но и все яркие, громкие события эпохи, все жизненное пространство, в котором существует ребенок в первые полтора десятилетия своей жизни. Основные ценности формируются к 12-14 годам. Н. Хоув и В. Штраусс описали американскую историю Нового времени как 4-х тактное повторение поколенческих циклов.

Сегодня в этой парадигме работают многие исследователи, в том числе в России. Это, например, Б. Тулган, Т. Громадова, Е. Шамис (психолингвист, считающаяся тем ученым, что адаптировала идеи американских ученых к

Российской действительности), А. Антипов, Е. Никонов и некоторые другие ученые. Однако в основном социологическом журнале нашей страны, в «Социсе», за 2013-2016 гг. нами выделены только 2 статьи, в названии которых и в аннотациях четко прослеживается поколенческий подход. Это работы Шурбе В. З. Поколение хай-тек и «новый конфликт» поколений в №4 за 2013 г. и Цветковой И. В. Поколенческие различия в динамике патриотических ценностей (на примере Тольятти)» в №3 2014 г.

Большинство исследований поколения «игрек» посвящено изучению их как работников и потребителей. Мы же хотим рассмотреть их как студентов, особенности поведения этого поколения в сфере профессионального образования. В основе данной статьи многолетние наблюдения авторов - преподавателя вуза и практика, работающего в сфере управления персоналом, обучения персонала в ряде крупных компаний г. Екатеринбурга, также имеющего опыт работы в вузе. Используются также государственная статистика, ведомственная отчетность, материалы пилотажных и более объемных исследований, в которых принимала участие одна из авторов статьи.

Остановимся на характеристике поколений современной РВ нашем обществе живут и действуют 5 поколений. Обычно выделяют следующие:

1. «молчаливое» - рожденные в 1923-43 гг. Это поколение формировалось под влиянием сталинских репрессий, войны, восстановления страны, открытия антибиотиков. Ценности и особенности поведения этого поколения: терпение, исполнительность, навыки выживания, преданность, соблюдение правил, уважение к должности, честь.

2. поколение «беби-бума» - рожденные в 1944-63 гг. Это поколение послевоенного взлета рождаемости. На его формирование оказали влияние победа в Великой Отечественной войне, полет в космос Ю. Гагарина, единое школьное образование и единая система медицинского обслуживания. Это поколение росло и формировалось в сверхдержаве! Ценности и особенности

поведения: оптимизм, стремление к высокому результату, интерес к личному росту, коллективизм, командный дух.

3. поколение «икс» - рожденные в 64-84 гг. Они формировались под влиянием холодной войны, перестройки, начала эры цифровых технологий. Ценности и особенности поведения этого поколения: готовность к изменениям, возможность выбора, прагматизм, и вещизм, высокий уровень материальных амбиций, статусность потребления вещей, ранняя самостоятельность. Это поколение дорожит временем, а семейные ценности в его сознании пошатнулись.

4. поколение «игрек» - рожденные в 1985-2000 гг. Это поколение часто называют поколением «Next», поколением «Миллениум». Это поколение - основной объект нашего анализа, поэтому мы рассмотрим его особенности ниже.

5. поколение «зет» - рожденные в 2001-2017 гг. Поколение, живущее онлайн, поколение «виртуального мира», «цифровые иммигранты», поколение «хай-тек». Это поколение родилось в повседневном мире высоких технологий, смартфонов и айпадов, MP3-плееров, ноутбуков и you-Tuba. В СМИ отмечается, что последнее поколение проходит «цифровую прошивку» мозга с пеленок, что ведет к появлению пропасти между ним и остальными поколениями [3, с. 9]. Цифровые коммуникации развиваются очень быстро, а социальная динамика обладает меньшей скоростью. Для детей поколения «зет» цифровые новинки-те же игрушки, но в отличие от игрушек прошлого цифровые - активны, вступают в коммуникацию с детьми, формируют образцы поведения, стереотипы. Гаджеты стали цифровыми «нянями» и вступили в конкуренцию за детей с их родителями [6, с. 105]!

Что же сформировало поколение «игрек»? Это поколение формировалось в эру публичности, эру цифровых технологий, с которыми «игреки» познакомились в раннем детстве. Перестройка и распад СССР, глобализация и вал информации, постоянное изменение социальных институтов, невероятный темп жизни, падение авторитета власти. Огромную

роль в формировании поколения сыграла позиция родителей: «игреки» росли в «десятилетие ребенка», когда родители начали стремиться сделать из своих детей «сверхлюдей». Раннее развитие, поощрение и похвалы сформировали у «игреков» высокую самооценку и стремление к уникальности. Для них выделяться - это круто! Б. Тулган отмечает, что «игреки» - самое разнообразное поколение. Разнообразие в расовом и этническом отношении, в языке и географии, в сексуальных ориентациях и стиле жизни. Поколение «игрек» адаптирует под себя все. Адаптируют: товары и услуги, разум (создают свою информационную среду), свое социальное окружение (создают свое онлайн-сообщество), свое тело (спорт, фитнес, тату, косметические услуги и т. д.), свой дух (создают свою смесь верований) [4, с. 31].

Какие же особенности поколения «игрек» отмечаются в научной литературе?

1. Активные пользователи цифровых технологий, с детства владеют ими и постоянно применяют. *Весной 2016 года мы совместно со студентами сделали небольшое пилотажное исследование об отношении студентов к гаджетам. Опрос 100 человек показал, что гаджеты есть у всех, а у более чем половины есть и смартфон, и планшет, и ПК. 5% опрошенных начали пользоваться ими до 5 лет! по одной трети с 6 до 9 лет и с 10-до 13 лет; остальные после 13 лет. 35,4% используют гаджеты по 7 и более часов в день! Главные цели использования - общение, прослушивание музыки и игры. На последнем месте-использование гаджетов для учебы и для чтения-все про исследование - другим шрифтом.*

2. Коммуникативность и контактность, хотя осуществляются эти качества у поколения «игреков» чаще опосредованно, через социальные сети, смартфоны. Живого общения в этом поколении мало, тем выше его ценят.

3. Индивидуализм. «Игрекам» очень важно выражать свою точку зрения.

4. Стремление к разнообразию и смене деятельности (в том числе они не любят работать на одном месте и в одной профессии).

5. Не думают на перспективу, осознают хрупкость мира, краткость жизни. Неопределенность для них - привычная среда.

6. Высокая самооценка и уверенность в себе, важность жизненного успеха.

7. Неуважение к иерархии. «Игреки» со всеми ведут себя как с равными.

8. Оптимисты.

9. Нет героев.

10. Требуют к себе внимания и одобрения.

11. Имеют прочную связь с родителями.

12. Хотят все и сразу.

13. Ценят удовольствия.

14. Наличие значимых нематериальных ценностей.

Для успешного обучения молодежи поколения «игрек» нужно использовать систему методов преподавания, адекватных особенностям поколения. Использование прежних инструментов, старых методов для обучения нового поколения, воспитанного в другую, сегодняшнюю эпоху, не будет достаточно эффективным. Ситуация усугубляется еще и тем, что со студентами-поколением «игрек», поколением «детей», часто работают не представители поколения «икс», поколения «отцов», а представители поколения «дедов», поколения «Беби-бумеров». Средний возраст преподавателей вузов в России: в 2000 году - 39,7; в 2005 - 41,2; 2010 - 42,3; 2015 - 42,7 года. [2, с. 311]. Если же описать взаимодействие студентов и преподавателей еще реалистичнее, учесть гендерный аспект, преобладание среди профессорско-преподавательского состава вузов женщин, то нужно говорить о том, что в высшем образовании взаимодействуют поколения «детей» и «бабушек»! Доля женщин среди преподавателей среднего профессионального и высшего образования в России - 62,7%. Для сравнения

в Финляндии (2 место по кол-ву женщин - преподавателей) - 50,7%, а в США (3 место) 48,6%. В Японии же (последнее место) - только 25%.! [2, с. 315].

Как же учитывается в современном образовательном пространстве такая фундаментальная особенность поколения «игрек» как страсть к цифровым технологиям? Студент не расстается с гаджетами ни на лекции, ни на семинаре, ни на экзамене. Информационные технологии стали неотъемлемой частью образовательного процесса. Технологии дистанционного и открытого образования используются всеми вузами. Лекция без презентации, без видеоряда сегодня, скорее исключение, ведь у многих студентов трудности с восприятием вербальной информации. С другой стороны, практически «умерли» многие традиционные формы учебной деятельности. Появился массовый плагиат, что сделало бессмысленным работы реферативного плана. Положено проверять на плагиат лишь курсовые и дипломы, и то, эта норма введена относительно недавно. А контрольные заочников, доклады и рефераты в большинстве случаев, как показывают наши исследования [1, с. 465], носят несамостоятельный характер. Или борьба со списыванием, со шпаргалками. «Шпоры» были всегда. Но если в доцифровую эру студенты писали их сами и при этом читали материал, выделяли из него главное, то сегодня студенты просто берут готовый ответ с гаджета! Зато появилась возможность давать новый вид задания на занятии: предложить студентам оперативно найти какую-либо информацию, например, статистику, и обсудить такой материал, включив его в дискуссию, в аргументы. Продвинутые преподаватели поколения «икс» используют программу на Смартфонах для проведения тестирования и селфи для того, чтобы отметить присутствие студентов на занятии. Стремление «игреков» к разнообразию и творчеству можно реализовать в учебном процессе, используя разные методы и творческие задания. Очень популярен среди преподавателей метод игр. «Геймификация» образовательного процесса – это новая образовательная технология, повышающая его эффективность. Но даже простые варианты игр, без

цифровых технологий, позволяют активизировать студенческую аудиторию. Например, на занятиях по истории бухучета, студентам предлагают использовать элементы исторических костюмов, готовить ответы в стихах и с песнями. На занятиях по товароведению - поиграть в ломбард, где товароведы должны оценивать вещи клиентов. На занятиях по социологии - придумать условные государства в традиционном, индустриальном и постиндустриальном обществе, дав им соответствующие названия, придумав гербы и органы правления. Разбор конкретных ситуаций, написание эссе, организация дискуссий и оппонирования также позволяют студентам удовлетворить свое стремление к выражению своего мнения, индивидуализма. Наиболее творческое задание, и, одновременно позволяющие удовлетворить амбиции студентов, на наш взгляд, - привлечение студентов к исследованиям. Данная работа предлагается только желающим и вознаграждается повышенным вниманием преподавателя, баллами, возможностью сделать публикацию и выступить с докладом на студенческой конференции. В тоже время, эта работа дает свободу - свободу выбора напарников, темы, методов исследования. Студенты не участвуют в данной работе массово. Это обычно не более 10-20% от всех обучающихся. Например, в этом семестре из 170 студентов, изучающих социологию, за исследование взялось только 18 человек. Современный студент стремится получить индивидуальную оценку, консультацию в удобное для него время и получает их через интернет-консультации преподавателей, группы «В контакте». Однако, на наш взгляд, особенности «игреков» в образовательных практиках Вузов учитываются недостаточно. Для большего учёта специфики нового поколения студентов для вузов очень важно омоложение кадров.

В процессе обучения при поступлении на работу также необходимо учитывать особенности поколения «у».

В компаниях, которые учитывают специфику поколения «у», отмечена большая заинтересованность стажеров в проделываемой работе. В данных

компаниях в меньшем количестве расторгают стажерские (ученические) договора в одностороннем порядке и стажёры лучше сдают экзамены.

Как пример можно привести две компании – сотовых ритейлеров, имеющие салоны сотовой связи в городах Свердловской области - это Мегафон-ритейл и МОТИВ. Основная возрастная группа потенциальных работников этих компаний как раз является поколением «у».

В данных компаниях используются два разных подхода к обучению учеников. В компании МОТИВ на учебном портале задействовано очень много элементов геймификации, тестов в виде квестов. Учебная книга компании МОТИВ создана в виде комикса, ориентированного на возрастную группу 18-22 года. В Мегафон-ритейле напротив, обучение происходит в виде массовых учебных лекций и самостоятельного изучения продуктов по учебной книге.

Эти данные может подтвердить статистика за второе полугодие 2016 года по крупным сотовым ритейлерам Свердловской области.

Наименование показателя за второе полугодие 2016 года	МОТИВ	МЕГАФОН-ритейл
Заключено договоров	246 (100%)	492 (100%)
Расторгнуто по инициативе стажеров до момента окончания срока действия договора	31	128
Не сдали экзамен	10	68
% расторгнувших по личной инициативе договора в общем числе принятых	12,6	26,0
% не сдавших экзамен от общего числа принятых	4,0	13,8

Из данной таблицы видно, что компания МОТИВ имеет меньший % досрочного расторжения стажерских договоров по инициативе стажеров и меньше не сдавших экзамен, чем МЕГАФОН-ритейл: 12,6% в Мотиве, против – 26,0% в МЕГАФОН-ритейл.

В нашем обществе складывается тип культуры, при котором разные поколения учатся друг у друга.

Список литературы

1. Банных Г.А., Тихомирова А.М., Чурсина В.А. Самостоятельная работа студентов в условиях реформирования системы высшего профессионального образования (на материалах УрГЭУ) // Актуальные проблемы современного образования: опыт и инновации. Материалы НПК (дистанционной) с международным участием 27-28.11.2014, с. 461-467.
2. Индикаторы образования:2016.Статистический сборник. ВШЭ.
3. Кузина Фейсбук делает нас тупыми? // Комсомольская правда, 2011, 29.09-6.10, с.9.
4. Тулган Б. Не всем достанется приз. Как управлять поколением «игрек». - М.: ООО Манн, Иванов, Фербер, 2017.
5. Шамис Е., Антипов А. Теория поколений, 2011. URL :http://old.e-hesntive.ru/publications_specialization/newtoldtr_8086/article_5457 (дата обращения 09.09.2011)
6. Шурбе В.З. Поколение хай-тек и «новый конфликт» поколений // Социс, 2013, №4, с. 100-106.